

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P. H. (2006). Hubungan antara pertumbuhan ekonomi daerah, belanja pembangunan dan pendapatan asli daerah. *Dalam Simposium Nasional Akuntansi IX Padang*.
- Ahmadi, A. (2007). *Psikologi sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Albayrak, T., Aksoy, Ş., & Caber, M. (2013). The effect of environmental concern and scepticism on green purchase behaviour. *Marketing Intelligence & Planning*, 31(1), 27-39.
- Aman, A. L., Harun, A., & Hussein, Z. (2012). The influence of environmental knowledge and concern on green purchase intention the role of attitude as a mediating variable. *British Journal of Arts and Social Sciences*, 7(2), 145-167.
- Anoraga. (2002). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2005). *Sikap manusia teori dan pengukurannya*, edisi ke-2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Azwar, S. (2013). *Sikap manusia teori dan pengukurannya*, edisi ke-2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Busler, & Till. (2007). The match-up hypothesis: physical attractiveness, expertise and the role of fit on brand attitude, purchase intent and brand belief. *Journal of Advertising*, 29 (3), 23-31.
- Chapman, J., & Wahlers, R. (2009). A revision and empirical test of the extended price-perceived quality model. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(3), 53-64.
- Cheung, R., Lam, A. Y., & Lau, M. M. (2015). Drivers of green product adoption: the role of green perceived value, green trust and perceived quality. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 25(3), 232-245.
- Durianto, D. (2011). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. *Cetakan XX*.
- Durianto *et al.*, D., Sugiarto, Tony Sitinjak. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. Jakarta.
- Eliasari, P. R. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2017). Pengaruh brand awareness terhadap purchase intention dimediasi oleh perceived quality dan brand loyalty. *E-Jurnal Manajemen*, 6(12), 6620-6650.
- Fanampi, Y. A. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja terhadap kepuasan donatur di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Tulungagung.
- Ferdinand. (2006). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan psikologi konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate IBM SPSS 23*.
- Gomathy, & Rajan. (2018). Influence of brand attitude on purchase intention of modular kitchen in Chennai City. 7(4).

- Hair et al., J. F., Black, William C, Babin, Barry J, Anderson, Rolp E, Tatham, Ronald L. (2010). *Multivariate data analysis* 7th edition (Vol. 87, pp. 49-74). New Jersey: Pearson.
- Hendika, V. L., & Riorini, S. V. (2014). Sikap merek, perceived quality, dan prestise merek terhadap advokasi merek melalui kepercayaan merek pada klinik gigi ortodonti di Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 7(2), 125-156.
- hero.co.id. (2014). IKEA memiliki gerai seluas 35.000 m2, 1.200 area parkir, 730 tempat duduk di restoran, dan 55 jenis ruang penataan
- ikea.com. (2016). *People and planet positive strategy*.
- IMF. (2019). *Sustainable Development Goals*.
- Jaiswal, D., & Kant, R. (2018). Green purchasing behaviour: a conceptual framework and empirical investigation of Indian consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 60-69.
- Jamaludin, A. (2015). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (survei pada pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Junaedi. (2003). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada Toserba Griya Kuningan.
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Kim, Y., & Choi, S. M. (2005). Antecedents of green purchase behavior: an examination of collectivism, environmental concern, and PCE. *ACR North American Advances*.
- Kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran*.
- Kriswianti, L. (2017). Pengaruh kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap niat beli produk pelembut dan pewangi pakaian merek Softener So Klin Twilight Sensation series di Surabaya Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(3).
- Kurniawan, T. K. A. (2017). Pengaruh kecerdasan emosional terhadap pemahaman pengantar akuntansi mahasiswa program studi akuntansi Universitas Ciputra. *Performa*, 1(6), 661-669.
- Laroche, M., Bergeron, J., & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of consumer marketing*, 18(6), 503-520.
- Lasuin, C. A., & Ching, N. Y. (2014). Factors influencing green purchase intention among university students. *Malaysian Journal of Business and Economics*, 1(2), 1-14.
- Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: young consumers. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(6), 573-586.
- Lestari, R. B., & Kardinal, K. (2018). Minat beli produk hijau pada generasi milenial. *Jurnal Ekonomi Global Masa Kini*, 9(2).
- Lomboan, L. K. (2017). Analysis the influence of perceived quality, perceived price, and perceived value on consumer purchase intention in traditional fabrics (case study Kaeng Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah*, 17(01).
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.

- Malhotra, N. K. (2010). Marketing research an applied orientation *Global Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mostafa, M. M. (2007). A hierarchical analysis of the green consciousness of the Egyptian consumer. *Psychology & Marketing*, 24(5), 445-473.
- Nilasari, P. H., & Kusumadewi, M. W. (2016). Peran sikap dalam memediasi pengaruh kepedulian lingkungan terhadap niat beli kosmetik hijau merek The Body Shop. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(2).
- Novandari, W. (2011). Analisis motif pembelian dan profil perilaku "green product customer" (studi pada konsumen produk pangan organik di Purwokerto). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, 13(1).
- Oliver, J. D., & Lee, S.-H. (2010). Hybrid car purchase intentions: a cross-cultural analysis. *Journal of consumer marketing*, 27(2), 96-103.
- Pane, O. B. M., & Rini, E. S. (2011). Pengaruh brand equity flash disk merek Kingston terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Amik MBP Medan. *Jurnal Ekonom*, 14(3), 115-126.
- Pantouw, E. J., Pangemanan, S. S., & Tumiwa, J. (2017). Pengaruh persepsi konsumen, sikap konsumen terhadap niat pembelian dari produk label sendiri di Indomaret Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Pratana, J. A. J., & Japariato. (2014). Analisis pengaruh sikap, subjective norm dan perceived behavioral control terhadap purchase intention pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1).
- Priyatno, D. (2010). Teknik mudah dan cepat melakukan analisis data penelitian dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.
- Purwianti, L., & Lukito, Y. R. D. (2015). Analisis pengaruh city branding Kota Batam terhadap brand attitude (studi kasus pada stakeholder di Kota Batam). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 14(1).
- Puspitasari, D. (2006). *Analisis pengaruh persepsi kualitas dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang (studi kasus pada maskapai penerbangan garuda keberangkatan Semarang)*. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Putriansari. (2019). Pengaruh persepsi kualitas, sikap merek dan preferensi merek terhadap niat pembelian pada minuman susu Frisian Flag di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 8.
- Ramadhayanti, A. (2018). Pengaruh kecerdasan ekologi masyarakat dan kesadaran lingkungan terhadap pola aktivitas pemanfaatan ruang publik terpadu ramah anak (RPTRA).
- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap sikap dan niat beli produk hijau "The Body Shop" di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Santoso, J. F. (2014). Pengaruh perceived quality terhadap attitude toward brand pada pengguna smartphone Samsung di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-7.
- Sanusi, A. (2013). Metodologi penelitian bisnis. Jakarta: Salemba Empat.

- Sari, N. P., & Widowati, R. (2014). Hubungan antara kesadaran merek, kualitas persepsian, kepercayaan merek dan minat beli produk hijau. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 59-79.
- Sarwono. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.
- Sasmita, J. L. (2017). Pengaruh advertising appeal, attitude toward brand, dan attitude toward advertising terhadap variabel brand preference pada obyek iklan popmie edisi gadis Hongkong. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(1), 9.
- Schiffman, L. G., & Kanuk. (2004). Perilaku konsumen (Vol. 7). Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran. (2009). Metodologi penelitian untuk bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran. (2010). Metodologi penelitian untuk bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: a skill building approach*: John Wiley & Sons.
- Sharma, K., & Aswal, C. (2017). Green purchase intentions, collectivism and materialism: an empirical investigation. *Journal of The Humanities and the Social Sciences*, 33.
- Simamora, B. (2002). *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2008). *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Situmorang, J. R. (2011). Pemasaran hijau yang semakin menjadi kebutuhan dalam dunia bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2).
- Statista. (2015). Grafik tingkat pendapatan dunia IKEA per tahun. Retrieved from statista.com
- Sugiyono. (2010). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian kuantitatif & kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian administrasi dengan metode R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2015). Metodologi penelitian pendidikan. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Suprpti, N. W. S. (2013). Pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat calon pemilih di Kota Denpasar untuk memilih partai demokrat dalam pemilu legislatif tahun 2014. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Susanto, A., & Wijarnako, H. (2004). *Power branding: membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*: Mizan Pustaka.
- Suwandari. (2008). Pengaruh promotional mix pada peningkatan volume penjualan Kosmetika Skiva PT. Cosmolab Prima di Purwokerto. *Jurnal pro bisnis*, 1(1).
- Taufiq, M., Dewi, N., & Widiyatmoko, A. (2014). Pengembangan media pembelajaran IPA terpadu berkarakter peduli lingkungan tema “konservasi” berpendekatan science-edutainment. *Jurnal pendidikan IPA Indonesia*, 3(2).

- Teng, L. (2009). A comparison of two types of price discounts in shifting consumers' attitudes and purchase intentions. *Journal of business research*, 62(1), 14-21.
- Trilaksana, M. G. (2015). *Efektifitas penggunaan drop box dan electronic filling (e-filling) sistem untuk meningkatkan kepatuhan pelaporan SPT tahunan pajak penghasilan wajib pajak orang pribadi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Tsiotsou, R. (2006). The role of perceived product quality and overall satisfaction on purchase intentions. *International journal of consumer studies*, 30(2), 207-217.
- Waskito, J. (2017). Peran mediasi environmental concern dan perceived environmental consumer pada hubungan antara sikap skeptis konsumen terhadap iklan hijau dan perilaku pembelian produk hijau.
- Wiradharma, G. (2016). Pelestarian lingkungan melalui periklanan kreatif: sebuah pendekatan ekologi. *Jurnal Manajemen*, 5(2).
- WWF-Indonesia. (2017). Tren konsumsi dan produksi Indonesia: produsen mampu sediakan produk ecolabel dan pasar siap membeli. Jakarta.
- Yaseen *et al.*, T., Gulzar, Anwar. (2011). Impact of brand awareness, perceived quality and customer loyalty on brand profitability and purchase intention: a resellers' view. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*, 3(8), 833-839.
- Yoo, B., Donthu, N., & Lee, S. (2000). An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 28(2), 195-211.
- Zul. (2014). Resmi dibuka, IKEA jadi toko furnitur terbesar di Indonesia. Retrieved from finance.detik.com